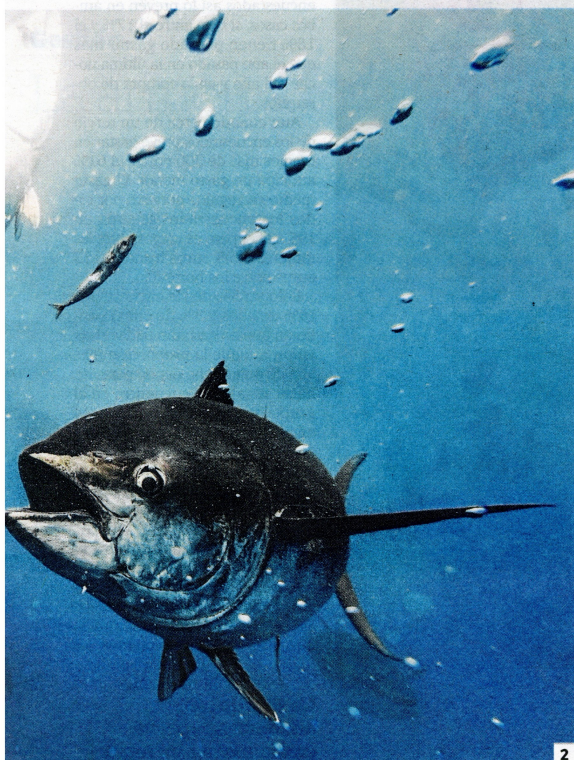


Piscinas en L'Ametlla de Mar

Balfegó cuenta con unas piscinas en el mar, frente a L'Ametlla de Mar, en las que emplaza los atunes rojos que captura cada año en temporada, con unas cuotas pautadas, y que traslada vivos hasta estas instalaciones para su engorde y posterior sacrificio a medida que lo demanda el mercado. FOTO: JOAN REVILLAS



1. Obras de construcción de la nueva fábrica de Balfegó en L'Ametlla de Mar.

2. Atunes rojos en una de las piscinas de esta empresa frente a L'Ametlla de Mar.

3. Despiece de atún en las instalaciones de Balfegó.

FOTOS: CEDIDAS



El proceso



Flota pesquera de Balfegó. FOTO: CEDIDA

Pioneros en guardar en piscinas atunes rojos vivos

● **Captura** Mediante la asignación de unas cuotas anuales que otorga la Comisión Europea y gestiona cada estado miembro, Balfegó cuenta cada año con una cantidad determinada de atunes rojos que está autorizado a capturar. Con flota propia y base en L'Ametlla de Mar, esta empresa captura cada temporada, con arte de cerco, bancos enteros de atunes, que trasvasa a piscinas de

transporte para su traslado hasta las piscinas definitivas en L'Ametlla de Mar, en una práctica donde la familia Balfegó fue pionera.

● **Engorde y sacrificio** Tras llegar a las instalaciones de L'Ametlla de Mar, los atunes son alimentados con pescado azul hasta que recuperan el nivel de grasa óptimo para los requerimientos de los restaurantes. Cuando llega el momento, son sacrificados a demanda, despiezados y distribuidos en fresco hasta el cliente final.

trata de unos planes que encajan con la estrategia emprendida por esta empresa tras el incendio de su fábrica en el año 2018, y que les llevó a encarar un proyecto de reconstrucción con una nueva fábrica que, tras el temporal Gloria y la pandemia de Covid-19, retrasó el inicio de sus obras hasta el pasado mes de febrero, con una previsión de entrega en abril de 2023 que podría alargarse un poco más.

En esa estrategia, y desde las instalaciones provisionales de 1.200 metros cuadrados en las que operan (a las que añadieron un nuevo almacén frigorífico para gestionar los 9 millones de kilos de alimentos para los atunes que guardan en sus piscinas frente a L'Ametlla de Mar), Balfegó decidió «diversificar nuestro producto, con una nueva fábrica muy automatizada y capaz de preparar más productos de cuarta gama (materia prima fresca, sin cocinar, pero con cortes especializados)».

En las nuevas instalaciones, que en conjunto ocuparán unos 12.000 metros cuadrados, esta empresa invertirá entre 28 y 30

millones de euros, incluyendo la instalación de unas nuevas redes para las piscinas. Una vez en marcha la nueva fábrica este próximo año 2023, los 1.200 metros cuadrados de las actuales instalaciones provisionales servirán para poner en marcha la producción de su nueva línea de productos de quinta gama (hoy externalizada), con una inversión asociada en maquinaria todavía por cuantificar.

Las exportaciones suponen hoy un 50% de sus ventas, con EEUU como primer mercado

Fundada en el año 2004 por las familias Manel Balfegó y Montse Brull, por un lado, y Pere Vicent Balfegó y Salomé Gaseny, por el otro, Balfegó recoge la herencia de cinco generaciones de una saga de pescadores de L'Ametlla de Mar. Nacida con el objetivo de exportar atún rojo a Japón, su producción ha alcanzado este año las 4.000 toneladas de atún rojo, que

capturan en el Mediterráneo con artes de cerco para su posterior traslado a piscinas en L'Ametlla de Mar, donde los atunes se engordan hasta que adquieren la dimensión y el porcentaje de grasa deseado por sus clientes.

Con 265 empleados de forma directa (27 de ellos en el espacio gastronómico Tunateca de Barcelona), Balfegó exporta su atún rojo a 32 países, donde EEUU es hoy el principal mercado de exportación, seguido por Corea del Sur, Reino Unido y Emiratos Árabes. Pese a su importancia, el peso de las exportaciones se sitúa hoy en un 50% de su facturación, concentrando el mercado español la mitad de sus ventas.

Se trata, este último, de un mercado que facilita la comercialización del producto en fresco, y no congelado, como solía ser mayoritario en los inicios de esta empresa. «Nuestro sueño -asegura Juan Serrano- es vender el cien por cien de nuestra producción en fresco, y esa visión que teníamos se está cumpliendo: hoy, el atún congelado apenas supone un 3% de nuestras ventas, viniendo de un 100% en 2004».